



関西学院大学リポジトリ

Kwansei Gakuin University Repository

# インバウンドと地域活性化(Reference Review 63-3号の研究動向・全分野から, リファレンス・レビュー研究動向編(2017年7月~2018年5月))

著者	高林 喜久生
雑誌名	産研論集
号	46
ページ	165-166
発行年	2019-03-23
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10236/00027740">http://hdl.handle.net/10236/00027740</a>

いう。ところが1922（大正11）年の大阪・石井定七商店による投機取引の破綻が明るみにで、鈴木もこの石井事件に関係あるかのような風評を立てられた辺りから市場の評価が一変し、鈴木が金融が逼迫していくことになる。追い打ちをかけるように翌年には関東大震災が発生するが、鈴木は一発逆転をめざして投機的利益の追求に走り（86頁）、流用による不正な資金繰り（98頁）や銀行への不誠実な対応（99頁、124頁など）を繰り返して最終的に破綻に至る。鈴木の不誠実な態度はもちろん問題であるが、武田氏は鈴木がメインバンクであった台湾銀行についても、その「動きは緩慢で、事態の逼迫にもかかわらず危機感の欠如を疑わせるような対応が続いた（133頁）」と指摘

し、銀行側の対応にも否定的である。ともあれ、武田氏の本で示された1920年の反動不況後も正金や日銀が鈴木が安泰ぶりを認識していたという事実は極めて興味深いところであろう。これに加え、正金銀行が鈴木が態度を不誠実と認識していたことなどは、当時の貿易商社の雄、三井物産からみた鈴木商店に対する認識と重複するところが多い。そのようなことを私も「三井物産からみた鈴木商店」<sup>2)</sup>という拙文にしたためたので、ご関心のある方は参照されたい。

1) 「古河商事と「大連事件」」（東京大学『社会科学研究』第32巻第2号、1980年）。

2) 関西大学・経済政治研究所『セミナー年報2017』（2018、3.31）。

## 【Reference Review 63-3 号の研究動向・全分野から】

### インバウンドと地域活性化

経済学部教授 高林 喜久生

インバウンドの誘致は有力な地域活性化策となっている。少子高齢化の進展の中で地域の定住人口の減少は避けられず、それを、インバウンド誘致を柱とする観光による交流人口の増加によって補うことがねらいである。観光が地域活性化策として注目されるのは、消費活動が地域で行われると同時に、財・サービスの提供主体が地域の「観光業」の事業者となるからである。

しかし、北村（2017）は、「観光業」「観光産業」という産業分類は存在しないと指摘する。すなわち、「観光産業とは、交通・運輸、宿泊、飲食サービスなど極めて多くの産業から成り立つ、すなわち観光に関連する業種の総称のこと」であり、もともと観光は「需要側の概念」であり、「その消費活動が複数の業種にまたがるため、生産面から経済活動を捉えようとする産業分類では、観光に関連する生産（消費）活動を区分することが厳しいため」という。このことは、観光サービスは複合的に成り立つものであり、地域でのあらゆる連携が必要であることも示している。

しかし、地域間の連携は難しい。後藤（2017）は、平成大合併後の地方自治体の観光行政、とくにブランド化とインバウンド振興に焦点を当てて検証している。同論文は「平成合併によって形成された新たな自治体は、固有の地域文化を喪失したばかりか、広域自治体としての機能もおぼつかない」と厳しく指摘する。さらに「市町村の枠組みの変更は共同体意識、地域文化やアイデンティティなどを削減させる危惧が多分に」あり、「合併前の各地域の資産価値を中心にブランド化し、インバウンド戦略を展開するほかはない」と提言する。

また、福井（2017）は、「インバウンド」の本来の意味は広義で外国人観光客のことだけを意味しているだけではないと指摘する。インバウンドには「経済活性化」と「ソフトパワーの強化」との2つの視点があるという。「経済活性化」の視点においては、単なる観光消費による経済効果だけではなく、地域産品のブランド力を強化することで輸出競争力の向上につなげていくことができる。そして経済効果と並行して注目すべきはイン

バウンドがもたらす「ソフトパワー」であり、国と国の付き合いは政治や貿易の世界だけではない。根っこところは人と人の関係に立ち戻ってくると主張する。

インバウンドの増加は、地域の消費活動を活性化させるが、消費財輸出も誘発すると指摘するのが平良（2017）である。すなわち、2013～2016年について、消費財輸出のプラス寄与度10品目を見ると化粧品輸出が最も押し上げに寄与している。訪日外国人旅行者の一番満足した購入商品のアンケート結果（観光庁「訪日外国人消費動向調査」）を見ると、「化粧品・香水」や「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」の項目が上位品目となっており、「訪日外客の増加が近年の化粧品輸出の伸びを押し上げたことは間違いなさそう」と指摘している。インバウンド対応（日本現地で買い物促進）とアウトバウンド戦略（帰国後の継続的な再購入促進と再度の訪日動機付け）の両輪をうまく組み合わせていく戦略がますます求められるのである。

インバウンドを国別に見ると、中国人が最も多く、次いで韓国人、台湾人となる。姚・王・李・木内（2017）では、外国人観光客、とくに中国人観光客と台湾人観光客に焦点を当てて、その旅行先選択に関連する多くの社会経済指標を織り込んでパネルデータ分析を行っている。その結果、「総合的には中国人と台湾人居住者を増やすことがよ

い」と指摘している。すなわち、地域でもいわば草の根レベルで国際化を進めることがインバウンドを増やすことにもつながるのである。

前述の福井論文が指摘するように、インバウンドや観光はあくまで手段であり、観光をうまく活用して波及効果を生むことで地域の活性化に結び付けていく努力が必要といえよう。

#### 参考文献

- 福井善朗（2017）「山陰における新たなインバウンド振興の動き」『季刊 中国総研』公益社団法人 中国地方総合研究センター 第21巻第2号 NO.79
- 後藤昇（2017）「平成大合併後のインバウンド推進」『季刊 中国総研』公益社団法人 中国地方総合研究センター 第21巻第2号 NO.79
- 平良友祐（2017）「インバウンド需要拡大による消費財輸出誘発は続くのか」『国際金融』一般財団法人 外国為替貿易研究会 299号
- 北村哲彦（2017）「最近の岡山県における観光動向—重要度を増す観光統計の整備の利活用—」『季刊 中国総研』公益社団法人 中国地方総合研究センター 第21巻第2号 NO.79
- 姚峰・王琰・李瑤・木内舜（2017）「日本経済振興と国際観光誘致策の構築について—訪日中国人観光客の統計分析を中心に—」『香川大学経済論叢』、第90巻第1号 55-87

#### 【Reference Review 63-3号の研究動向・全分野から】

### 航空機・航空輸送業に関する考察

国際学部教授 宮田 由紀夫

学生諸君の中には、航空運輸業（航空会社）への就職を希望している人も多いと思う。そこで、この業界についての知識を与えてくれる論文を紹介したい。酒井正子「日本の航空・空港政策とその光と影」（『提供経済学研究』第50巻、第2号、2017年、3－26頁）は戦後の日本の航空運輸業の変遷をわかりやすくまとめているので、この業

界への入門編として最適である。

日本は島国なので海外旅行では航空機の利用が必須である。最近の「観光立国政策」によるインバウンド観光客の増加によって、国際線利用者が国内線を近い将来は上回ることが予想されている。一方、日本は離島も多く100近い空港のうち3割が離島にある。ここは採算の取れない路線で